

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa promosi penjualan yang dilakukan oleh Giant Ekstra Plaju Palembang masi memberikan sedikit pengaruh yaitu, dalam katagori rendah sebesar 2,66% maka dapat dinyatakan bahwa minat konsumen untuk berbelanja di Giant Ekstra Plaju Palembang masi dalam katagori rendah, walau promosi penjualan yang dilakukan sudah sangat bagus. Selain itu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel promosi penjualan terhadap variabel minat konsumen yang dilakukan dengan uji T hitung sebesar 5,953 dan T tabel . Sebesar 1,98447, dengan taraf signifikan 0,05.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan tersebut maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh promosi penjualan terhadap minat konsumen berbelanja di Giant Ekstra Plaju Palembang mempunyai pengaruh yang positif namun masi dalam katagori rendah maka untuk kedepannya ada baiknya jika pihak perusahaan lebih meningkatkan sistem pelayanan terhadap minat konsumen sehingga dapat meningkatkan minat konsumen yang lebih maksimal lagi.
2. Dalam melakukan promosi penjualan perusahaan Giant Ekstra Plaju Palembang perlu memperhatikan bahwa untuk meningkatkan minat konsumen berbelanja dimana sebuah perusahaan harus lebih sering melakukan acara atau event-event tertentu serta menghadirkan kupon-kupon guna untuk menarik perhatian lebih para konsumen agar dapat berbelanja di perusahaannya.
3. Promosi yang dilakukan Giant Ekstra Plaju Palembang sesuai dengan jawaban responden yaitu mereka setuju, walaupun masih ada beberapa

yang kurang setuju dalam pelaksanaan promosi yang digunakan. Namun akan lebih baik lagi apabila pihak Giant Ekstra Plaju dapat meningkatkan dan mengevaluasi pelaksanaan promosi, misalnya pemimpin harus memperhatikan lagi aspek-aspek strategi promosi yang digunakan di Giant Ekstra Plaju Palembang tersebut yaitu, *Advertising, personal selling, sales promotion dan publicity*. Dengan menetapkan keempat aspek tersebut maka akan menambah minat konsumen dalam berbelanja.